

შემსყიდველი: საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო, წარმოდგენილი ეკონომიკური დეპარტამენტის უფროსის ფუნქციითა შემსრულებლის მამუკა ბერიძის სახით.

მისამართი: ქ. თბილისი, დ. უზნაძის ქ. №52;

ტელ.: 2 200 220

საბანკო რეკვიზიტები: სახელმწიფო ხაზინა, კოდი: TRESGE22; ა/ა GE24NB0330100200165022;

საიდენტიფიკაციო კოდი 202051224;

მიმწოდებელი: შპს „პოლიტიკის და მართვის კონსალტინგ ჯგუფი“, წარმოდგენილი აღმასრულებელი დირექტორის ოლია ვოტის სახით,

მისამართი: ქ. თბილისი, შევჩენკოს ქ. 20

ტელ.: +995 2921171

ელ.ფოსტა: e.gvinjilia@gmail.com

საბანკო რეკვიზიტები: სს „თბილისი ბანკი“, კოდი: TBCBGE22, ა/ა GE90TB1139736080100004

საიდენტიფიკაციო კოდი 204541512

ერთი მხრივ - შემსყიდველი და მეორე მხრივ - მიმწოდებელი, NAT170008741 ელექტრონული ტენდერის ჩატარების შედეგად დებენ სახელმწიფო შესყიდვის შესახებ ხელშეკრულებას შემდეგზე:

1. ხელშეკრულებაში გამოყენებულ ტერმინთა განმარტება

ხელშეკრულებაში გამოყენებულ ტერმინებს აქვთ შემდეგი მნიშვნელობა:

1.1 „ხელშეკრულება სახელმწიფო შესყიდვის შესახებ“ (შემდგომში - „ხელშეკრულება“) - შემსყიდველსა და მიმწოდებელს შორის დადებული წინამდებარე ხელშეკრულება, რომელიც ხელმოწერილია მხარეთა მიერ, მასზე თანდართული ყველა დოკუმენტით.

1.2 „ხელშეკრულების ღირებულება“ - საერთო თანხა, რომელიც უნდა გადაიხადოს შემსყიდველმა მიმწოდებლის მიერ ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულებების სრული და ზედმიწევნით შესრულებისათვის.

1.3 „დღე“, „კვირა“, „თვე“ - კალენდარული დღე, კვირა, თვე.

1.4 „შემსყიდველი“ - ორგანიზაცია, რომელიც ახორციელებს შესყიდვას.

1.5 „მიმწოდებელი“ - პირი, რომელიც ახორციელებს მომსახურების მიწოდებას ხელშეკრულების ფარგლებში.

1.6 „მომსახურება“ - ხელშეკრულების მე-2 მუხლით გათვალისწინებული ხელშეკრულების საგანი.

2. ხელშეკრულების საგანი

საკონსულტაციო მომსახურების გაწევა წინამდებარე ხელშეკრულების დანართი N1-ის (ტექნიკური დავალების) შესაბამისად. (CPV73200000)

3. მხარეთა უფლება-მოვალეობები

3.1 მიმწოდებელი ვალდებულია გაუწიოს შემსყიდველს მომსახურება ხელშეკრულების დანართი N1-ით გათვალისწინებული ტექნიკური დავალების და დანართი N2-ით გათვალისწინებული მეთოდოლოგიის შესაბამისად.

3.2 მიმწოდებელი უფლებამოსილია მოსთხოვოს შემსყიდველს გაწეული მომსახურების ღირებულების ანაზღაურება ხელშეკრულებით გათვალისწინებულ ვადებში.

3.3 შემსყიდველი ვალდებულია:

3.1.1. ერთი კვირის ვადაში შეამოწმოს მიმწოდებლის მიერ წარმოდგენილი სამუშაო ვერსიები და აცნობოს მიმწოდებელს გამოვლენილი ხარვეზებისა და შენიშვნების შესახებ.

3.1.2 უზრუნველყოს გაწეული მომსახურების ღირებულების ანაზღაურება ხელშეკრულებით გათვალისწინებულ ვადებში.

3.4 შემსყიდველი უფლებამოსილია ნებისმიერ დროს განახორციელოს მიმწოდებლის მიერ ნაკისრი ვალდებულებების შესრულებისა და ხარისხის კონტროლი.

4. ხელშეკრულების ღირებულება

4.1. ხელშეკრულების საერთო ღირებულება შეადგენს 188001,0 (ასოთხმოცდარვაათას ერთი) ლარს, საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი გადასახადების გათვალისწინებით.

4.2 მათ შორის:

- საგანმანათლებლო და საცხოვრებელი ხარჯების მიხედვით საქართველოს შესაძლებლობების შეფასება, შეაბამისი შედარებითი ანალიზი და კონსულტაციების გაწევა - 52500,0 ლარი;
- დასაქმების მხარდაჭერა - უცხოელი სტუდენტებისთვის სტაჟირების შეთავაზების მექანიზმების და მეთოდოლოგიის შექმნა და შესაბამისი კონსულტაციები - 39601,0 ლარი;
- საქართველოში არსებული სტუდენტური საცხოვრისების ანალიზი - 29000,0 ლარი;
- „ისწავლე საქართველოში“ პროგრამის ფარგლებში არსებული პოლიტიკის, ადმინისტრაციული და პროცედურული პრობლემების ანალიზი და რეკომენდაციების გაწევა - 31500,0 ლარი;
- „ისწავლე საქართველოში“ პროგრამის ბრენდის და ქვებრენდების სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის შემუშავება - 35400,0 ლარი.

5. ხელშეკრულების შესრულების კონტროლი

5.1 შემსყიდველი ახორციელებს კონტროლსა და ზედამხედველობას მიმწოდებლის მიერ ხელშეკრულების პირობების შესრულებაზე.

5.2 ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული კონტროლისა და ზედამხედველობის განმახორციელებელი პირები არიან: კვლევებისა და კონსულტაციის ნაწილში შრომითი ხელშეკრულებით დასაქმებული პირი მზია წერეთელი, „ისწავლე საქართველოში“ პროგრამის ბრენდის და ქვებრენდების სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის შემუშავების ნაწილში საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის უფროსი ან მისი მოვალეობის შემსრულებელი.

5.3 მიმწოდებელი ვალდებულია საკუთარი რესურსებით უზრუნველყოს შემსყიდველი კონტროლის ჩატარებისათვის აუცილებელი პერსონალით, სხვა სამუშაო პირობებით. იმ შემთხვევაში, თუ შემსყიდველი კონტროლის მიზნით გამოიყენებს საკუთარ ან მოწვეულ პერსონალს, მის შრომის ანაზღაურებას უზრუნველყოფს თვით შემსყიდველი.

6. შესყიდვის ობიექტის მიღება-ჩაბარების წესი

6.1 მომსახურება ჩაითვლება მიღებულად მხოლოდ მხარეებს შორის მიღება-ჩაბარების აქტის გაფორმების შემდეგ.

6.2 მიღება-ჩაბარების აქტის გაფორმების საფუძველია წინამდებარე ხელშეკრულების მე-5 პუნქტის 5.2 ქვეპუნქტით განსაზღვრული კონტროლის განმახორციელებელი პირის მიერ შედგენილი დასკვნა.

6.3 შემსყიდველის მხრიდან მიღება-ჩაბარების აქტზე ხელმომწერ უფლებამოსილ პირს წარმოადგენს შრომითი ხელშეკრულებით დასაქმებული პირი (პროექტის მენეჯერი) სოფიო ჩიტაძე.

7. ანგარიშსწორების ფორმა და ვადები

7.1 მიმწოდებელთან ანგარიშსწორება განხორციელდება უნაღდო ანგარიშსწორების წესით ეროვნულ ვალუტაში.

7.2 ანგარიშსწორება მოხდება მიღება-ჩაბარების აქტის გაფორმების საფუძველზე.

7.3 მიმწოდებელთან ანგარიშსწორება შესაძლებელია განხორციელდეს ეტაპობრივად, მომსახურების გაწევის შემდეგ, შესაბამისი დოკუმენტაციის ხელმოწერიდან 10 სამუშაო დღის განმავლობაში.

7.4 წინასწარი ანგარიშსწორება არ გამოიყენება.

7.5 დაფინანსების წყაროს წარმოადგენს: 2017 წლის სახელმწიფო ბიუჯეტი, პროგრამა „ვისწავლოთ საქართველოში“ (პროგრამული კოდი: 32 04 02 08).

8. ხელშეკრულების პირობების შეუსრულებლობა

8.1 ფორს-მაჟორული პირობების გარდა, შემსყიდველი უფლებამოსილია ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულების დაგვიანებით შესრულების შემთხვევაში, დააკისროს მიმწოდებელს პირგასამტეხლო ყოველ ვადაგადაცილებულ დღეზე შეუსრულებელი ვალდებულების ღირებულების 0,2%-ის ოდენობით.

8.2 მიმწოდებლის მიერ ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულების არაჯეროვანი შესრულების ან/და შეუსრულებლობის შემთხვევაში მას დაეკისრება პირგასამტეხლოს გადახდა ხელშეკრულების ღირებულების 5%-ის ოდენობით.

8.3 მე-7 მუხლის 7.3 პუნქტში მითითებული ვადის გადაცილების შემთხვევაში მიმწოდებელი უფლებამოსილია შემსყიდველს დააკისროს პირგასამტეხლო ყოველ ვადაგადაცილებულ დღეზე შეუსრულებელი ვალდებულების ღირებულების 0,1%-ის ოდენობით.

8.4 დაკისრებული პირგასამტეხლო გადახდილ უნდა იქნას მხარისათვის აღნიშნულის თაობაზე გადაწყვეტილების (წერილი პირგასამტეხლოს დაკისრების თაობაზე) გაცნობიდან არაუგვიანეს 1 თვის ვადისა.

8.5 პირგასამტეხლოს გადახდა არ ათავისუფლებს მხარეს ძირითადი ვალდებულებების შესრულებისაგან.

9. მომსახურების გაწევის ვადა

მომსახურების გაწევის ვადაა ხელშეკრულების გაფორმებიდან 2017 წლის 15 დეკემბრამდე.

10. ხელშეკრულებაში ცვლილებების შეტანა და ხელშეკრულების შეწყვეტა

10.1 ხელშეკრულებაში ნებისმიერი ცვლილების, დამატების შეტანა შესაძლებელია მხოლოდ წერილობითი ფორმით, მხარეთა შეთანხმების საფუძველზე.

10.2 ხელშეკრულების პირობების, მათ შორის, ფასის შეცვლა დაუშვებელია, თუ ამ ცვლილებების შედეგად იზრდება ხელშეკრულების ჯამური ღირებულება ან უარესდება ხელშეკრულების პირობები შემსყიდველისთვის, გარდა საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის 398-ე მუხლით გათვალისწინებული შემთხვევებისა. ხელშეკრულების პირობების გადასინჯვა ხდება საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით.

10.3 საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის 398-ე მუხლით გათვალისწინებული გარემოებების დადგომის შემთხვევაში, ხელშეკრულების ჯამური ღირებულების გაზრდა დაუშვებელია ხელშეკრულების ღირებულების 10%-ზე მეტი ოდენობით.

10.4 თუ რაიმე წინასწარ გაუთვალისწინებელი მიზეზების გამო წარმოიშვება ხელშეკრულების პირობების შეცვლის აუცილებლობა, ცვლილების შეტანის ინიციატორი ვალდებულია წერილობით წერილობით ან კომუნიკაციის ელექტრონული საშუალებების გამოყენებით შეატყობინოს მეორე მხარეს შესაბამისი ინფორმაცია.

10.5 ხელშეკრულების ერთ-ერთი მხარის მიერ ხელშეკრულების პირობების შეუსრულებლობის შემთხვევაში მეორე მხარე უფლებამოსილია ცალმხრივად მიიღოს გადაწყვეტილება ხელშეკრულების შეწყვეტის შესახებ.

10.6 ხელშეკრულება ასევე შეიძლება შეწყდეს მხარეთა ინიციატივით, ურთიერთშეთანხმების საფუძველზე.

11. ფორსმაჟორი

11.1 ხელშეკრულების პირობების ან რომელიმე მათგანის მოქმედების შეჩერება ფორს-მაჟორული გარემოებების დადგომის გამო არ იქნება განხილული როგორც ხელშეკრულების პირობების შეუსრულებლობა ან დარღვევა და არ გამოიწვევს საჯარიმო სანქციების გამოყენებას.

11.2 ამ მუხლის მიზნებისათვის ფორს-მაჟორი ნიშნავს ისეთ გარემოებებს, რომელთა არსებობის გამო მხარისათვის ობიექტურად შეუძლებელი იყო სახელშეკრულებო ვალდებულებების შესრულება (სტიქიური მოვლენები, საომარი მოქმედება, ეპიდემია, კარანტინი, საბიუჯეტო ასიგნებების მკვეთრი შემცირება, მომსახურების მიწოდებაზე ემბარგოს დაწესება, სახელწიფო გადატრიალება და სხვ.).

11.3 ფორს-მაჟორული გარემოების დადგომა უნდა დასტურდებოდეს საქართველოს სავაჭრო-სამრეწველო პალატის მიერ.

11.4 ფორს-მაჟორული გარემოებების დადგომის შემთხვევაში ხელშეკრულების დამდებმა მხარემ, რომლისთვისაც შეუძლებელი ხდება ნაკისრი ვალდებულებების შესრულება, დაუყოვნებლივ უნდა გაუგზავნოს მეორე მხარეს წერილობითი შეტყობინება ასეთი გარემოებების და მათი გამომწვევი მიზეზების შესახებ

12. დავები და მათი გადაწყვეტის წესი

ხელშეკრულების მოქმედების პერიოდში წამოჭრილი ყველა დავა გადაიჭრება ურთიერთშეთანხმების გზით. შეთანხმების მიუღწევლობის შემთხვევაში, დავის გადასაწყვეტად მხარეები უფლებამოსილნი არიან მიმართონ სასამართლოს საქართველოს მოქმედი კანონმდებლობის შესაბამისად.

13. ინტერესთა კონფლიქტი

“სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ” საქართველოს კანონის მე-8 მუხლის მოთხოვნათა გათვალისწინებით, წინამდებარე ხელშეკრულებაზე და მიღება-ჩაბარების აქტზე ხელმომწერი და კონტროლის განმახორციელებელი პირები სრულად აკმაყოფილებენ კანონის ამ მოთხოვნას და არ იმყოფებიან ინტერესთა კონფლიქტში მიმწოდებელთან.

14. ხელშეკრულების მოქმედების ვადა

14.1 ხელშეკრულება ძალაში შედის მისი ხელმოწერის დღიდან და მოქმედებს 2018 წლის 31 იანვრის ჩათვლით, მხარეთა მიერ ნაკისრი ვალდებულებების სრულად შესრულებამდე.

14.2 მხარეები ვალდებული არიან ხელშეკრულების ვადის გასვლის შემდეგაც შეასრულონ თავისი ვალდებულებები, თუ ეს ვალდებულებები წარმოიქმნა ხელშეკრულების მოქმედების პერიოდში.

15. ზოგადი დებულებები

15.1 ხელშეკრულება და მასთან დაკავშირებული ყველა დოკუმენტაცია, რომლებიც გაცვლება მხარეთა შორის ფორმდება ქართულ ენაზე.

15.2 ხელშეკრულება შედგენილია სამი თანაბარი იურიდიული ძალის მქონე ეგზემპლარად, რომელთაგან ორი რჩება შემსყიდველს, ერთი – მიმწოდებელს.

შემსყიდველი
ეკონომიკური დეპარტამენტის უფროსის
ფუნქციითა შემსრულებელი
მამუკა ბერიძე



მიმწოდებელი
აღმასრულებელი დირექტორი
ოლია ვოტ



ტექნიკური დავალება

1 საგანმანათლებლო და საცხოვრებელი ხარჯების მიხედვით საქართველოს შესაძლებლობების შეფასება, შესაბამისი შედარებითი ანალიზი და კონსულტაციების გაწევა - საბოლოო სამუშაო ვერსია წარმოდგენილი უნდა იყოს 2017 წლის 30 ნოემბერამდე.

- საქართველოში განათლების მიღებისა (უცხოენოვანი პროგრამების ღირებულება) და საცხოვრებელი (განთავსება, ტრანსპორტირება, კვება, ჯანმრთელობის დაზღვევა და სხვა) ხარჯების ანალიზი;

- სამიზნე ქვეყნებში (ინდოეთი, ნიგერია, ერაყი) განათლების მიღებისა (პროგრამების ღირებულება) და საცხოვრებელი (განთავსება, ტრანსპორტირება, კვება, ჯანმრთელობის დაზღვევა და სხვა) ხარჯების ანალიზი;

2. დასაქმების მხარდაჭერა - უცხოელი სტუდენტებისთვის სტაჟირების შეთავაზების მექანიზმების და მეთოდოლოგიის შექმნა და შესაბამისი კონსულტაციები - საბოლოო სამუშაო ვერსია წარმოდგენილი უნდა იყოს 2017 წლის 30 ნოემბერამდე.

- საქართველოში უცხოელი სტუდენტებისთვის სტაჟირებისა და სტაჟირების პროგრამებში ჩართულობის შესაძლებლობების ანალიზი;

- უცხოელი სტუდენტებისთვის სტაჟირების პროგრამებში ჩართულობის მექანიზმების/მეთოდოლოგიის შემუშავება და რეკომენდაციები;

3. საქართველოში არსებული სტუდენტური საცხოვრისების ანალიზი - საბოლოო სამუშაო ვერსია წარმოდგენილი უნდა იყოს 2017 წლის 31 ოქტომბრამდე.

- საქართველოში არსებული სტუდენტური საცხოვრისების ერთიანი ბაზის შექმნა;

- სტუდენტური საცხოვრისების მშენებლობის სტანდარტების შემუშავება (საერთაშორისო პრაქტიკის გათვალისწინებით) და შესაბამისი კონსულტაციები;

- რეკომენდაციები სტუდენტური საცხოვრისების სხვა სტანდარტებზე საერთაშორისო პრაქტიკის გათვალისწინებით.

4. „ისწავლე საქართველოში“ პროგრამის ფარგლებში არსებული პოლიტიკის, ადმინისტრაციული და პროცედურული პრობლემების ანალიზი და რეკომენდაციების გაწევა პროცესების გაუმჯობესების მიზნით - საბოლოო სამუშაო ვერსია წარმოდგენილი უნდა იყოს 2017 წლის 30 ნოემბერამდე.

- საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს „ისწავლე საქართველოში“ პროგრამის ფარგლებში არსებული პოლიტიკის ანალიზი და შესაბამისი რეკომენდაციების შემუშავება;

- „საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს იმ სამუშაო პროცესებისა და პროცედურების შესწავლა და გაუმჯობესების რეკომენდაციების შემუშავება, რომელთა მეშვეობითაც სამინისტრო და მის სისტემაში შემავალი დაწესებულებები უზრუნველყოფენ „ისწავლე საქართველოში“ პროგრამის განხორციელებას.

5. „ისწავლე საქართველოში“ პროგრამის ბრენდის და ქვებრენდების სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის შემუშავება - საბოლოო სამუშაო ვერსია წარმოდგენილი უნდა იყოს ხელშეკრულების გაფორმებიდან - 3 თვის ვადაში

- 5.1 „ისწავლე საქართველოში“ პროექტის ბრენდ კოდის შექმნა და აღსრულებაში მოყვანა;
- 5.2 „ისწავლე საქართველოში“ პროექტის წარმდგენი ღონისძიების კონცეფციის შექმნა და რეკომენდაციების გაწევა;
- 5.3 „ისწავლე საქართველოში“ პროექტის ფარგლებში საინფორმაციო ჟურნალის ბრენდის შექმნა;
- 5.4 ადგილობრივი მაცხოვრებლების და საერთაშორისო სტუდენტების ინტეგრირებისთვის პლატფორმის შექმნა.

„ისწავლე საქართველოში“ პროგრამის ბრენდის და ქვებრენდების სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის შემუშავება მოიცავს:

5.1 პროგრამის „ისწავლე საქართველოში“ ბრენდ კოდის და 1 წლიანი საკომუნიკაციო პლატფორმის შექმნა.

1. საკომუნიკაციო არხების/საშუალებების ჩამოყალიბება;
2. მე-3 პირების/კომპანიების სიების მოწოდება საკომუნიკაციო არხების საჭიროების მიხედვით;
3. ბრენდის ვიზუალური მხარის შექმნა:

- ლოგო (Optional - შეიძლება ინტეგრირება განათლების სამინისტროს ლოგოს ბრენდის ქვეშ);
- სლოგანი;
- სრული ბრენდ ბუქი (Brand Guidelines);
- Stationary;
- Merchandising;
- ბანერები (ყველა ტიპის);
- ფლაერები;
- ლიფლეტები/ბროშურები/კატალოგები;
- ვებ-გვერდის ვიზუალური მხარე;
- მობაილ აპლიკაციის/ების ვიზუალური მხარე;
- ყველა საჭირო სოციალური მედია საშუალების ვიზუალური გაფორმება (პროფილის ავატარები, ქავერის ავატარები);
- Digital Banner-ების ვიზუალური მხარე;
- ბრენდის საჭიროებიდან გამომდინარე სხვა ვიზუალური სამუშაოების შესრულება.

4. შეთანხმებული საკომუნიკაციო მესიჯის/ების მიხედვით სარეკლამო რგოლის/ების სცენარების ვარიანტების შექმნა.

5. სოციალურ მედიაში ბრენდის დეტალური საკომუნიკაციო სტრატეგიის შექმნა.

6. International Digital Advertising დეტალური საკომუნიკაციო სტრატეგიის შექმნა.

7. ლოკალური და საერთაშორისო ბეჭდური მედიის დაფარვის სტრატეგიის შექმნა.

8. პროგრამის „ისწავლე საქართველოში“ ფარგლებში საქართველოს საელჩოების 1 წლიანი საკომუნიკაციო და სამოქმედო გეგმის შემუშავება.

9. პროგრამის „ისწავლე საქართველოში“ როგორც პლატფორმის წარდგენა სხვადასხვა გამოფენებზე, (დაგეგმარება, ვიზუალური მხარის მომზადება).

5.2 პროგრამის „ისწავლე საქართველოში“ პროექტის წარმდგენი ღონისძიება

- კონცეფციის შექმნა;
- სამუშაო გუნდის, მე-3 პირებით ან კომპანიებით დაკომპლექტებასთან დაკავშირებული რეკომენდაციები ;
- ღონისძიების საკომუნიკაციო პლატფორმის შექმნა;
- 3 კვირიანი სატელევიზიო/სოციალური მედიის თიზერ კამპანიის შექმნა;

- 1 კვირიანი ძირითადი სატელევიზიო/სოციალური მედიის კამპანიის შექმნა;
- სკოლებში და უმაღლეს სასწავლებლებში ღონისძიების საკომუნიკაციო გეგმის შექმნა;

5.3 ჟურნალის შექმნა:

- ჟურნალის სახელი და კონცეფცია;
- ძირითადი კონტენტის მიმართულებების შემუშავება და რეკომენდაციები;
- 1 წლიანი საკომუნიკაციო ფლატფორმის გეგმის შექმნა და რეკომენდაციები;
- „ისწავლე საქართველოში“ ბრენდის ქვეშ ჟურნალის ვიზუალური მხარის შექმნა:
 - ლოგო (Optional - სინქრონიზაცია);
 - სლოგანი;
 - სრული ბრენდ ბუქი (Brand Guidelines);
 - ჟურნალის სრული ვიზუალი (ყდა, შიდა გვერდები, ბოლო გვერდი განშლა);
 - ელექტრონული ვერსიის სრული ვიზუალი;
 - მობილური ვერსიის ვიზუალი;
 - სოციალური მედია საშუალებების ვიზუალური გაფორმება (პროფილის ავატარები, ქავერის ავატარები);
 - Digital Banner-ების ვიზუალური მხარე;
 - ბრენდის საჭიროებიდან გამომდინარე სხვა ვიზუალური სამუშაოების შესრულება;

5.4 საერთაშორისო სტუდენტების და ადგილობრივი მოსახლეობის ინტეგრაციისთვის საჭირო პლატფორმის შექმნა

- პლატფორმის იდეის ჩამოყალიბება;
- პლატფორმის აღსრულებაში მოყვანის გეგმის შემუშავება;
- „ისწავლე საქართველოში“ ბრენდის ქვეშ პლატფორმის ვიზუალური მხარის შექმნა (სინქრონიზაცია);
- ინტეგრირებული მარკეტინგული საკომუნიკაციო გეგმის შემუშავება;
- ყველა საჭირო საკომუნიკაციო არხის/ების ათვისებისთვის დეტალური გეგმის შემუშავება.

საბოლოო, რედაქტირებული ანგარიშები/რეკომენდაციები უნდა ჩაბარდეს 2017 წლის 15 დეკემბერამდე.

საბოლოო პროდუქტი მოწოდებული უნდა იქნას ქ. თბილისში, დ. უზნაძის ქ. N52, საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო. მასალა მოწოდებული უნდა იქნას როგორც წერილობით, ასევე დისკზე ჩაწერილი.

შემსყიდველი:



მიმწოდებელი:



I. პროექტის განხორციელების მეთოდოლოგია

1. შესავალი

საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო ახორციელებს პროგრამას „ისწავლე საქართველოში“, რომლის მიზანია საქართველოში განათლების მიღების პოპულარიზაცია, საქართველოს საგანმანათლებლო სისტემის ინტერნაციონალიზაცია და უცხო ქვეყნის მოქალაქეთა მაქსიმალური ჩართულობა ქართულ საგანმანათლებლო სივრცეში. პროექტი მოიცავს ისეთ მიმართულებებს, როგორიცაა: საერთაშორისო კვლევა და მარკეტინგი; პროგრამები და უნივერსიტეტები; ქვეყანაში შემოსვლის გამარტივებული პროცედურები; სტუდენტური საცხოვრისის მოწესრიგება; სტუდენტური ცხოვრება; უცხო ქვეყნის მოქალაქეთათვის სწავლების შესაძლებლობები უცხო და ქართულ ენებზე. აღნიშნული პროექტის ფარგლებში დაგეგმილია უცხოელ სტუდენტებთან კვლევის განხორციელება. კვლევის დეტალური მიდგომა, ისევე როგორც კვლევის მიზნები, ამოცანები წარმოდგენილია ქვემოთ მოცემულ ქვეთავებში.

პროექტი მოიცავს შემდეგ ძირითად კომპონენტებს:

- 1) საგანმანათლებლო და საცხოვრებელი ხარჯების მიხედვით საქართველოს შესაძლებლობების შეფასება, შეაბამისი შედარებითი ანალიზი და კონსულტაციების გაწევა
- 2) დასაქმების მხარდაჭერა - უცხოელი სტუდენტებისთვის სტაჟირების შეთავაზების მექანიზმების და მეთოდოლოგიის შექმნა და შესაბამისი კონსულტაციები
- 3) საქართველოში არსებული სტუდენტური საცხოვრისების ანალიზი
- 4) „ისწავლე საქართველოში“ პროგრამის ფარგლებში არსებული პოლიტიკის, ადმინისტრაციული და პროცედურული პრობლემების ანალიზი და რეკომენდაციების გაწევა პროცესების გაუმჯობესების მიზნით
- 5) „ისწავლე საქართველოში“ პროგრამის ბრენდის და ქვებრენდების სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის შემუშავება

2. კვლევის მიზანები და ამოცანები

მოცემული პროექტის ფარგლებში განხორციელდება რაოდენობრივი კვლევა, რომლის მთავარ მიზანს წარმოადგენს საქართველოში განათლების მისაღებად ჩამოსული უცხოელი სტუდენტების გამოცდილების, დამოკიდებულებების, მოლოდინების, მოტივაციებისა და კმაყოფილების შესწავლა განათლების მიღების პროცესთან დაკავშირებულ ისეთ საკითხების, როგორიც არის:

ა) საგანმანათლებლო და საცხოვრებელი ხარჯების კუთხით არსებული შესაძლებლობების შესწავლა / შეფასება

- უცხოენოვანი საგანმანათლებლო შესაძლებლობებისა და უცხოელი სტუდენტებისთვის საცხოვრებელი გარემოს უზრუნველყოფის შესწავლა;
- უცხოელი სტუდენტებისთვის საქართველოში განათლების მიღებასთან დაკავშირებული ხარჯების იდენტიფიცირება / უცხოენოვანი პროგრამების ღირებულებისა და მასთან ასოცირებული დამატებითი ხარჯების შესწავლა;
- უცხოელი სტუდენტების საცხოვრებელი ხარჯების (განთავსება, ტრანსპორტირება, კვება, ჯანმრთელობის დაზღვევა და სხვა) შესწავლა;

- გამოკითხული უცხოელი სტუდენტების მშობლიურ ქვეყნებში (სამიზნე ქვეყნებს წარმოადგენს ინდოეთი, ნიგერია, ერაყი) ანალოგიური/მსგავსი შინაარსის/მიმართულების განათლების მიღებასთან დაკავშირებული ხარჯების (პროგრამების ღირებულება, განთავსება, ტრანსპორტირება, კვება, ჯანმრთელობის დაზღვევა და სხვა) შესწავლა;
- ქვეყნის/პროგრამის/საგანმანათლებლო დაწესებულების არჩევის კრიტერიუმები / არჩევანის განმაპირობებელი ფაქტორების იდენტიფიცირება;
- საგანმანათლებლო პროცესთან დაკავშირებული (პროგრამები, საცხოვრებელი) მოლოდინების იდენტიფიცირება;
- უცხოელი სტუდენტებისთვის საქართველოში განათლების მიღების ხელშემწყობი ფაქტორების, ბარიერებისა და ნაკლოვანებების გამოვლენა (ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობა, ხელმისაწვდომი ინფორმაციის სრულყოფილება, არსებული შესაძლებლობები და ა.შ.);
- არსებული საგანმანათლებლო შესაძლებლობებით და საცხოვრებელი პირობებით სტუდენტების კმაყოფილების დონის შეფასება და კმაყოფილებისა და უკმაყოფილების განმაპირობებელი ფაქტორების იდენტიფიცირება.

ბ) დასაქმების მხარდაჭერა / სტაჟირების პროგრამებში ჩართვის შესაძლებლობები

- უცხოელი სტუდენტებისათვის სტაჟირებისა და სტაჟირების პროგრამებში ჩართულობის შესაძლებლობების შესწავლა;
- უცხოელ სტუდენტთა დასაქმების სიხშირის / სამუშაო გამოცდილების შესწავლა;
- უცხოელ სტუდენტთა დასაქმების ხელშემწყობი ფაქტორების, ბარიერებისა და ნაკლოვანებების გამოვლენა (ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობა, ხელმისაწვდომი ინფორმაციის სრულყოფილება, დასაქმების ბაზრის არსებული შესაძლებლობები, მიღების პროცედურები/კრიტერიუმები, დასაქმების არსებული მექანიზმები და ა.შ.);
- დასაქმების არსებული შესაძლებლობებით უცხოელი სტუდენტების კმაყოფილების დონის შეფასება და კმაყოფილებისა და უკმაყოფილების განმაპირობებელი ფაქტორების იდენტიფიცირება

გ) პროგრამებში ჩართვის ადმინისტრაციული და პროცედურული საკითხები

- უცხოელი სტუდენტების საგანმანათლებლო პროგრამებში ჩართვის ადმინისტრაციულ და პროცედურულ საკითხებთან დაკავშირებული გამოცდილების შესწავლა;
- აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებული ხელშემწყობი ფაქტორების, ბარიერებისა და ნაკლოვანებების გამოვლენა;
- ადმინისტრაციული და პროცედურული საკითხებთან დაკავშირებით სტუდენტების კმაყოფილების დონის შეფასება და კმაყოფილებისა და უკმაყოფილების განმაპირობებელი ფაქტორების იდენტიფიცირება.

3. კვლევის დიზაინი და მეთოდოლოგია

3.1. საგანმანათლებლო და საცხოვრებელი ხარჯების მიხედვით საქართველოს შესაძლებლობების შეფასება, შებამისი შედარებითი ანალიზი და კონსულტაციების გაწევა

დასაქმების მხარდაჭერა - უცხოელი სტუდენტებისთვის სტაჟირების შეთავაზების მექანიზმების და მეთოდოლოგიის შექმნა და შესაბამისი კონსულტაციები

კვლევის მიზნიდან და ამოცანებიდან გამომდინარე შემუშავდა კვლევის დიზაინი, რომელიც ითვალისწინებს: ა) კვლევის საწყის ეტაპზე პროექტულ გუნდთან/დაინტერესებულ მხარეებთან სამუშაო შეხვედრების ორგანიზებას, ბ) მომდევნო ეტაპზე კი - რაოდენობრივი კვლევის განხორციელებას. კერძოდ, რაოდენობრივი კვლევა ჩატარდება სტრუქტურირებული კითხვარის მეშვეობით პირისპირ ინტერვიუს ტექნიკის გამოყენებით (მიდგომის დეტალური აღწერილობა იხილეთ ქვემოთ).

აღსანიშნავია, რომ პროექტის გუნდი მჭიდროდ ითანამშრომლებს საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს წარმომადგენლებთან და სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან როგორც კვლევის ინსტრუმენტების შემუშავების, ასევე, კვლევის განხორციელების ყველა ეტაპზე.

3.1.1 სამუშაო შეხვედრები

კვლევის საწყის ეტაპზე ჩატარდება სამუშაო შეხვედრები საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს წარმომადგენლებთან და სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან. დაინტერესებული მხარეების იდენტიფიცირება მოხდება სამინისტროსთან მჭიდრო კომუნიკაციის გზით. სამუშაო შეხვედრებზე მოხდება კვლევის მეთოდოლოგიის, მიზნებისა და ამოცანების დაზუსტება, კვლევის შედეგების ანალიტიკური ჩარჩოს განსაზღვრა/შემუშავება და შესაბამისად, ინფორმაციული საჭიროებების/კვლევის ინსტრუმენტის ძირითადი ბლოკების და მიმართულებების განსაზღვრა.

3.1.2 რაოდენობრივი კვლევა

კვლევის მომდევნო ეტაპზე ჩატარდება რაოდენობრივი კვლევა პირისპირ ინტერვიუს ტექნიკის გამოყენებით.

სამიზნე სეგმენტი და კვლევის არეალი

რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში ჩატარდება 500 ინტერვიუ. კვლევის სამიზნე არეალს წარმოადგენს თბილისი, ქუთაისი და ბათუმი.

კვლევის სამიზნე ჯგუფი განისაზღვრება უცხოელი სტუდენტებით, რომლებიც სწავლობენ საქართველოში (გარდა იმ სტუდენტებისა, რომლებსაც აღებული აქვთ აკადემიური შვებულება).

კერძოდ, კვლევის სამიზნე ჯგუფის ფორმირებისთვის გამოყენებული იქნება შემდეგი კრიტერიუმები:

- სქესი
- რეგიონი / საცხოვრებელი ადგილი (თბილისი, ბათუმი, ქუთაისი)
- საგანმანათლებლო დაწესებულებების ტიპები (უნივერსიტეტი, სსიპ, ა(ა)იპ, შპს და ა.შ.)
- სხვადასხვა საგანმანათლებლო პროგრამები/მიმართულებები

გარდა, ამისა, ეისითის მკველვართა გუნდი შეეცდება გაითვალისწინოს ისეთი დამატებითი კრიტერიუმები, როგორიცაა:

- უცხოელ სტუდენტთა სამუშაო გამოცდილება
- სწავლის წყვეტის / აკადემიური შვებულებით სარგებლობის გამოცდილება
- ასაკი (21 წლამდე, 22-24 წლამდე, 25-29 წლამდე)
- სწავლების საფეხური/დონე (ბაკალავრიატი, მაგისტრატურა, დოქტორანტურა)

კვლევის ინსტრუმენტი

კვლევის ინსტრუმენტის შემუშავება მოხდება განათლების სფეროს კონსულტანტებთან, საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს წარმომადგენლებთან და სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან მჭიდრო თანამშრომლობის საფუძველზე.

კითხვარის მაქსიმალური ხანგრძლივობა განისაზღვრება 30-35 წუთით.

შერჩევის დიზაინი

უცხოელი სტუდენტების შერჩევის დიზაინი შესაძლებელია განისაზღვროს ორი მიდგომით:

1. სტრატეგიცირებული მარტივი შემთხვევითი შერჩევა - ამ დიზაინის განხორციელება შესაძლებელია იმ შემთხვევაში, თუ ხელმისაწვდომი იქნება სტუდენტების სია რაიმე ფორმით (წინასწარ საკმარისია უნიკალური საიდენტიფიკაციო ინფორმაცია სტრატეგიკაციის ცვლებთან ერთად, უშუალოდ საველე სამუშაოების ჩასატარებლად გვესაჭიროება საკონტაქტო ინფორმაცია). წარმოდგენილ დიზაინში სტრატეგიკაციის ნიშანს წარმოადგენს (1) უცხოელი სტუდენტის ქვეყანა მოქალაქეობის მიხედვით, (2) უნივერსიტეტის განთავსების ქალაქი (თბილისი, ბათუმი და ქუთაისი) და (3) ფაკულტეტი. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, შერჩევის ზომა განისაზღვრება 500 დასრულებული ინტერვიუთი. ეისითის გამოცდილებას თუ გავითვალისწინებთ, სტუდენტების სიებით შერჩევისას დაახლოებითად 60%-იან გამოპასუხებას ველოდებით, შესაბამისად, 500 დასრულებული ინტერვიუს მისაღებად დაახლოებით 830 უცხოელი სტუდენტის შერჩევა მოგვიწევს. სტრატეგის მიხედვით ჯამური შერჩევის მოცულობა გადანაწილდება მათში უცხოელი სტუდენტების რაოდენობის პროპორციულად. სტუდენტების შერჩევა განხორციელდება წინასწარ ფორმირებული სიიდან მარტივი შემთხვევითი შერჩევის საფუძველზე.
2. ერთსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევა წინასწარი სტრატეგიკაციით - ეს დიზაინი არ საჭიროებს სტუდენტების შესახებ წინასწარი სიების მომზადებას. მის ნაცვლად აუცილებელია დეტალური ინფორმაცია თითოეული უმაღლესის სასწავლებლის ფარგლებში ჩამოყალიბებული სასწავლო ჯგუფების შესახებ (უნივერსიტეტი, ფაკულტეტი, კურსი, ჯგუფი და მათში უცხოელი სტუდენტების რაოდენობა). სტრატეგიკაცია განხორციელდება იმავე ნიშნებით, რაც პირველი მიდგომის დროს იქნა აღწერილი: (1) უცხოელი სტუდენტის ქვეყანა მოქალაქეობის მიხედვით, (2) უნივერსიტეტის განთავსების ქალაქი (თბილისი, ბათუმი და ქუთაისი) და (3) ფაკულტეტი. სტრატეგის მიხედვით ჯამური შერჩევის მოცულობა გადანაწილდება მათში უცხოელი სტუდენტების რაოდენობის პროპორციულად. ჯგუფი - ეს იგივე კლასტერია, რომლის შერჩევაც განხორციელდება მათში უცხოელი სტუდენტების

რაოდენობის „ზომის პროპორციული აღბათობით“. თითოეულ კლასტერში გამოვიკითხავთ სიით რიცხულ ყველა უცხოელ სტუდენტს. მეორე მიდგომით დაახლოებით იგივე გამოპასუხების დონეა მოსალოდნელი, რაც პირველი მიდგომის შემთხვევაში აღვწერეთ - 60%.

შერჩევის დიზაინთან დაკავშირებული საბოლოო გადაწყვეტილება მიღებული იქნება ხელმისაწვდომი ინფორმაციისა და დამკვეთთან მჭიდრო თანამშრომლობის საფუძველზე.

ცხრილი N1-ში წარმოდგენილია განათლების სამინისტროდან მოპოვებული წინასწარი მონაცემები, რომელიც მოიცავს უცხოელი სტუდენტებისა და ჯამური შერჩევის ზომის განაწილებას ქვეყნების მიხედვით:

ცხრილი N1

ქვეყანა	უცხ. სტუდენტების %- ული განაწილება	შერჩევის ზომის მიახლოებით განაწილება
აზერბაიჯანი	36%	180
ინდოეთი	25%	120
ერაყი	11%	50
ნიგერია	8%	40
თურქეთი	6%	30
რუსეთი	4%	20
სხვა	11%	60
ჯამი	100%	500

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ უცხოელი სტუდენტების 95%-ზე მეტი ქ. თბილისში სწავლობს. შესაბამისად, ქუთაისში და ბათუმში პროპორციული განაწილებით მხოლოდ 20-30 სტუდენტის გამოკითხვა მოგვიწევს.

შერჩევის ცდომილების გაანგარიშებისათვის, ორივე შერჩევის დიზაინისთვის გავაკეთეთ წინასწარი დაშვება, რომ დიზაინ ეფექტის (Deff) მნიშვნელობა საშუალოდ მერყეობს 1.3-1.5 შორის. ცდომილების გაანგარიშებისათვის ვისარგებლეთ შემდეგი ფორმულით:

$$\epsilon = \sqrt{\frac{Z^2 P(1-P)(N - \frac{n}{deff})}{(N-1) \frac{n}{deff}}}$$

Z = Z მნიშვნელობა 95%-იანი საიმედოობის დონისთვის (1.96)

P = ცვლადის პროპორცია (0.5-თვის ცვლადის ვარიაცია აღწევს თავის მაქსიმუმს)

N = სამიზნე ჯგუფის პოპულაციის ზომა

n = შერჩევის ზომა

Deff = დიზაინ ეფექტის მნიშვნელობა (1.5)

წარმოდგენილი გათვლების საფუძველზე, 500-იანი შერჩევის საშუალო მაქსიმალური ცდომილება განისაზღვრება 5.0%-5.5%-ით.

საპილოტო კვლევა / ინსტრუმენტის ტესტირება

კითხვარის საბოლოო ვერსიის შემუშავების მიზნით ჩატარდება საპილოტო კვლევა (5 ინტერვიუ). კვლევაში მონაწილეობას მიიღებს "ეისითის" პროფესიონალი ინტერვიუერები, რომელთაც გავლილი აქვთ სპეციალური ტრენინგი პრე-ტესტის ჩატარების სპეციფიკის შესახებ. ინტერვიუერთა კვლევაში ჩართვის დამატებითი კრიტერიუმი იქნება ინგლისური ენაზე გამართულად საუბრისა და მოსმენის უნარ-ჩვევების მაღალ დონეზე ფლობა. ყოველი ინტერვიუს ჩატარების შემდგომ ინტერვიუერები შეავსებენ საპილოტო კვლევისთვის სპეციალურად შემუშავებულ ფორმას, სადაც აღნიშნავენ კითხვართან დაკავშირებულ ყველა შენიშვნას. ინტერვიუერთა შენიშვნების საფუძველზე მოხდება კითხვარის საბოლოო ვერსიის შემუშავება.

უმაღლესი კითხვარის სტრუქტურისა და ლოგიკური გამართულობის გარდა, საპილოტო კვლევის ფარგლებში მოხდება სპეციალური პროგრამის ტესტირება, რომლის საშუალებითაც ძირითადი საველე სამუშაოების განხორციელების დროს ინტერვიუები ჩატარდება CAPI (Computer Assisted Personal Interview) ტექნოლოგიის გამოყენებით.

ინტერვიუერების ტრენინგი

მოცემულ პროექტში „ეისითი“ ჩართავს თბილისის ინტერვიუერთა კვალიფიციურ გუნდს რომლებსაც მსგავსი ტიპის კვლევების განხორციელების დიდი გამოცდილება გააჩნიათ. ტრენინგები განხორციელდება კომპანიაში არსებული პროცედურისა და ფორმატების შესაბამისად, ასევე გათვალისწინებული იქნება დამკვეთის განსაკუთრებული მოთხოვნებიც.

„ეისითის“ საველე განყოფილება ტრენინგის დაწყებამდე მოამზადებს სატრენინგო მასალას ინტერვიუერებისათვის, რომელიც წარმოდგენილი იქნება შემდეგი დოკუმენტებით:

- ✓ სამარშრუტო ბარათი;
- ✓ არშემდგარი ინტერვიუს ფორმა;
- ✓ შერჩევის ინსტრუქცია;
- ✓ ტექნიკური ანგარიშის ფორმა;
- ✓ სპეციფიკური ტერმინების განმარტებები.

ტრენინგს ჩაატარებენ კვლევის მენეჯერი და საველე სამუშაოების მენეჯერი. ტრენინგები ჩატარდება როგორც თბილისის, ასევე რეგიონის ინტერვიუერთთან, რომელსაც დაესწრებიან რევიზიის სპეციალისტები. პროექტის ტექნიკურ მხარდაჭერას უზრუნველყოფენ რეგიონალური კოორდინატორები.

ინტერვიუერები ტრენინგზე დეტალურად გაეცნობიან:

- ✓ კონკრეტული კვლევის თემატიკას (მიზნებსა და ამოცანებს);
- ✓ კვლევის ინსტრუმენტს;
- ✓ შერჩევის დიზაინს;
- ✓ რესპონდენტის შერჩევის ტექნიკებს.

ტრენინგის პრაქტიკული ნაწილი დაეთმობა სიმულაციურ ინტერვიუებს, რომლის დასრულების შემდეგ ჯგუფში მოხდება ტიპური შეცდომებისა და პრობლემების ანალიზი და CAPI-ს ფუნქციონირებასთან დაკავშირებული ხარვეზების იდენტიფიცირება / გასწორება.

დამკვეთს შესაძლებლობა ექნება პირადად დაესწროს ტრენინგს. ასევე, მოთხოვნის შემთხვევაში შესაძლებელი იქნება ტრენინგის პირდაპირი ტრანსლირება სადაც დამკვეთს საშუალება ექნება თვალყური ადევნოს ტრენინგის მიმდინარეობას პერსონალური კომპიუტერის მონიტორზე.

ველის კონტროლის სტრატეგია

”ეისითის” პროცედურის თანახმად, წინასწარ შემუშავდება საველე სამუშაოების განხორციელების დეტალური გეგმა. საველე სამუშაოების კონტროლის ჯგუფის უფროსი საველე სამუშაოების გეგმის მიხედვით, ველის დაწყებისთანავე შეადგენს მონიტორინგის სამოქმედო გეგმას. მონიტორინგის პროცესი იყოფა სამ ეტაპად - საველე სამუშაოების დასაწყისში, შუაში და დასრულებისთანავე.

საველე სამუშაოების მონიტორინგი ხორციელდება კონტროლის ჯგუფის ხელმძღვანელისა და პროექტის მენეჯერის მიერ წინასწარ შემუშავებული სპეციალური კითხვარის მიხედვით. გასაკონტროლებელი კითხვების შეთანხმება მოხდება დამკვეთთან.

ეისითი განახორციელებს კითხვარების 20 %-ის კონტროლს. გასაკონტროლებელი კითხვარების შერჩევა მოხდება შემთხვევითი პრინციპით. მონიტორინგი განხორციელდება პროექტში ჩართულ ყველა ინტერვიუერზე. საველე სამუშაოების გაკონტროლება მოხდება შემდეგი ტიპის პროცედურების მიხედვით:

1. სატელეფონო კონტროლი – 20 %
2. ინტერვიუზე პირდაპირი დაკვირვება - 5%

სატელეფონო კონტროლი განხორციელდება სატელეფონო ინტერვიუების ჩასატარებელი ცენტრალიზებული კომპიუტერიული სისტემის (CATI) საშუალებით, სადაც მოხდება კონტროლის ჩანაწერი.

კონტროლის შედეგების განხილვა მოხდება მომენტალურად. პირველადი მონიტორინგის შედეგების გაანალიზებისას მოხდება არსებული უზუსტობების შეფასება და შესაბამისი რეაგირება.

ხარვეზების დეტალური აღრიცხვა განხორციელდება რევიზიისა და კონტროლის ჯგუფის წევრების მიერ, რომლებიც აღნიშნულ ინფორმაციას მიაწვდიან საველე სამუშაოების მენეჯერსა და კონტროლის ჯგუფის კოორდინატორს. რომლებიც ახორციელებენ შესაბამის რეაგირებას (განმეორებითი ვიზიტი, კითხვის დაზუსტება, ა.შ.).

მონაცემთა შეწონვა / დამუშავება

საველე სამუშაოების დასრულების შემდეგ განხორციელდება მონაცემების სტატისტიკური შეწონვა გენერალურ ერთობლიობაზე სანდო დასკვნების გაკეთების მიზნით. შეწონვა

განხორციელებული თითოეული პოსტსტრატეგიკაციის ნიშნისთვის და გამოვიყენებთ შემდეგ ფორმულას:

$$w_i = \frac{N_i}{n_i}$$

სადაც:

w_i არის წონითი კოეფიციენტი i -ური სტრატისთვის
 N_i არის დაზუსტებული პოპულაცია i -ური სტრატისთვის
 n_i შერჩევის ზომა i -ური სტრატისთვის

მონაცემების სტატისტიკური დამუშავება მოხდება სპეციალური პროგრამის, SPSS 22.0 ვერსიის მეშვეობით.

3.1.3 კვლევის შედეგების მიწოდება / ანგარიშება

განხორციელებული კვლევის შედეგად დამკვეთი მიიღებს შემდეგი სახის დოკუმენტებს:

1. კვლევის ინსტრუმენტი;
2. მონაცემთა ბაზა SPSS ფორმატში;
3. საბოლოო ანალიტიკური ანგარიში ქართულ ენაზე და ინგლისურ ენებზე (გრაფიკული ანალიზი წინასწარ შემუშავებული და შეთანხმებული ანალიზის ჩარჩოს შესაბამისად);

ანგარიში წარმოდგენილი იქნება ელექტრონულ ფორმატში.

ჩატარებული კვლევის საფუძველზე, მომზადდება საგანმანათლებლო და საცხოვრებელი ხარჯების მიხედვით საქართველოს შესაძლებლობების შეფასება. ამას გარდა, მეორადი ინფორმაციის ანალიზის საფუძველზე, სამიზნე ქვეყნებში (ინდოეთი, ნიგერია, ერაყი) ჩატარდება განათლების მიღებისა (პროგრამების ღირებულება) და საცხოვრებელი (განთავსება, ტრანსპორტირება, კვება, ჯანმრთელობის დაზღვევა და სხვა) ხარჯების ანალიზი; კვლევის შედეგებისა და სამიზნე ქვეყნების ანალიზის საფუძველზე, მომზადდება შედარებითი ანალიზი და რეკომენდაციები საქართველოს შესაძლებლობების გასაძლიერებლად.

კვლევის საფუძველზე, გაკეთდება უცხოელი სტუდენტებისთვის სტაჟირებისა და სტაჟირების პროგრამებში ჩართულობის შესაზღვრებლობების ანალიზი. ამასთან, ჩატარდება პირისპირი და ჩაღრმავებული ინტერვიუები პოტენციურ დამსაქმებლებთან (მათ შორის, კერძო, საჯარო და არასამთავრობო სექტორი) და უნივერსიტეტებთან. ჩატარდება ხარვეზების ანალიზი, რათა მოხდეს სამივე დაინტერესებულ მხარეს (უცხოელი სტუდენტი, უნივერსიტეტი, დამსაქმებელი) შორის არსებული საკომუნიკაციო ხარვეზების აღმოჩენა და შესაბამისი რეკომენდაციების გაწევა კომუნიკაციის გასაუმჯობესებლად. შესაბამისად, მომზადდება სტაჟირების შეთავაზების მექანიზმი და მეთოდოლოგია მექანიზმის ეფექტურად განსახორციელებლად.

3.2. საქართველოში არსებული სტუდენტური საცხოვრისების ანალიზი

პროექტის შემდეგ ეტაპზე, განხორციელდება საქართველოში არსებული სტუდენტური საცხოვრისების ანალიზი. რაოდენობრივი კვლევის განხორციელებისას

გათვალისწინებული იქნება სტუდენტური საცხოვრისების საკითხები. კერძოდ, რამდენად ანიჭებენ უპირატესობას უცხოელი სტუდენტები საერთო საცხოვრებლებში ცხოვრებას, რამდენად არიან დაინტერესებულები საერთო საცხოვრებლებში ცხოვრებით. ასევე, მოხდება იმ ძირითადი საკითხების იდენტიფიცირება, რომლებიც აფერხებს უცხოელი სტუდენტების საერთო საცხოვრებლებში განთავსებას. ამას გარდა, უნივერსიტეტების (მათ შორის, რეგიონებში) კვლევის საფუძველზე მომზადდება საქართველოში არსებული სტუდენტური საცხოვრისების ერთიანი ბაზა, რომლის საფუძველზეც გამოიკვეთება საერთო საცხოვრებლების მშენებლობასთან ან გაუმჯობესებასთან დაკავშირებული საჭიროებები და შესაძლებლობები.

2016 წლის 28 იანვარს საქართველოს მთავრობამ დაამტკიცა თანამედროვე ტექნიკური რეგლამენტი „შენობა-ნაგებობის უსაფრთხოების წესები“, რომელიც ამოქმედდა 2017 წლის 1 იანვარს და ჩაანაცვლა გარკვეულ ნაწილში საბჭოთა ნორმები და წესები. აღნიშნული ტექნიკური რეგლამენტი არეგულირებს შენობების დაგეგმარების, სახანძრო უსაფრთხოების, გასასვლელი საშუალებების და სხვა მოთხოვნებს შენობების დაპროექტების, მშენებლობისა და გამოყენების პროცესში. გამომდინარე ტექნიკური რეგლამენტის ბუნებიდან, იგი ზოგადად საზღვრავს მინიმალურ მოთხოვნებს უსაფრთხოებისათვის (მაგალითად როგორ უნდა მოხდეს შენობიდან დროული და უსაფრთხო ევაკუაცია საგანგებო მდგომარეობის დროს, ამის საილუსტრაციოდ დამუშავებული უნდა იყოს გზა-კიბეებისა და სხვა გასასვლელი საშუალებების გამტარუნარიანობის, გასასვლელამდე სავალი მაქსიმალური მანძილების, თავშესაფრის ფართობების, ხანძარსაწინააღმდეგო დაცვის და სხვა გეგმები) ყველა ტიპის შენობა-ნაგებობისთვის, მათ შორის სტუდენტური საცხოვრისებისთვის, რაც ბუნებრივია არ არის საკმარისი მსგავსი ტიპის შენობების დაპროექტების, მშენებლობისა და გამოყენებისთვის. მნიშვნელოვანია სტუდენტური საცხოვრისების თანამედროვე სტანდარტების შემუშავება, რომელიც ერთი მხრივ, გაითვალისწინებს ტექნიკური რეგლამენტის ზოგად მოთხოვნებს და მეორე მხრივ შეავსებს იმ სპეციფიური მოთხოვნებით, რომელსაც ტექნიკური რეგლამენტი ვერ განსაზღვრავდა.

სტუდენტური საცხოვრისების მშენებლობის სტანდარტების შემუშავება მოხდება შენობა-ნაგებობის უსაფრთხოების წესების მოთხოვნათა და იმ სპეციფიკის გათვალისწინებით, რაც საუკეთესო საერთაშორისო პრაქტიკით (აშშ -სა და ევროპის ქვეყნების) სტუდენტური საცხოვრისები ხასიათდება. სტანდარტი ისე უნდა შემუშავდეს, რომ სტუდენტური საცხოვრისის მშენებლობა და ექსპლუატაცია არ იყოს ძვირი, თუმცა ეს იმას არ ნიშნავს, რომ უგულვებელყოფილი იყოს უსაფრთხოების მინიმალური მოთხოვნები, ან თუნდაც შენობების ეფექტიანი გამოყენება.

სტუდენტური საცხოვრისების მშენებლობის სტანდარტების შემუშავების პარალელურად გაიმართება კონსულტაციები არქიტექტურის და საინჟინრო მიმართულებების პროფესიულ წრეებთან, იმისათვის, რომ მაქსიმალურად უზრუნველყოფილი იყოს მათი ჩართულობა.

3.3. „ისწავლე საქართველოში“ პროგრამის ფარგლებში არსებული პოლიტიკის, ადმინისტრაციული და პროცედურული პრობლემების ანალიზი და რეკომენდაციების გაწევა პროცესების გაუმჯობესების მიზნით

„ისწავლე საქართველოში“ პროგრამის ფარგლებში არსებული პოლიტიკის კვლევა მოიცავს პროგრამის სტრატეგიული მიზნებისა და დაგეგმილი საოპერაციო მიზნების შესაბამისობის შესწავლასა და შესაბამისი რეკომენდაციების მომზადებას. ასევე, ამ კომპონენტში

შესწავლილი იქნება ადმინისტრაციული და პროცედურული პრობლემები, რომლებიც აფერხებს „ისწავლე საქართველოში“ პროგრამის ეფექტურ განხორციელებას. ამ მიზნით, ჩატარდება კაბინეტური კვლევა, რომელიც ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ეტაპია არსებული მდგომარეობის შესაფასებლად და საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს მიზნების იდენტიფიკაციისთვის. პროექტის ფარგლებში, კონსულტანტები აქტიურად იმუშავენ არსებულ დოკუმენტებზე, ანგარიშებსა და კვლევებზე, რათა შეფასდეს პროგრამასთან დაკავშირებული საჭიროებები და მიმდინარე სტატუსი.

კაბინეტური კვლევის შემდეგ, პროექტის გუნდი დაიწყებს სავსელ სამუშაოებს. პირველ რიგში, ჩატარდება სამუშაო შეხვედრები საქართველოს განათლების სამინისტროსთან რათა მოხდეს პროექტის ფარგლებში განსახორციელებელი აქტივობების, შეხვედრების და ინტერვიუების დაგეგმვა. ასევე, ნახევრად-სტრუქტურული ინტერვიუები ჩატარება სამინისტროს ქვეუწყებებთან და პასუხისმგებელ პირებთან, რომლებიც ჩართულები არიან პროგრამის განხორციელებაში.

პროგრამის სტრატეგიული მიზნებისა და ძირითადი ოპერაციული პრიორიტეტების იდენტიფიცირება არის საწყისი ნაბიჯი ნებისმიერი პროგრამის განხორციელების გასაუმჯობესებლად. პროგრამის განხორციელებასთან დაკავშირებული ყველა ელემენტი, მათ შორის მართვის სისტემა, ორგანიზაციული სტრუქტურა, ბიზნეს პროცესები, ადამიანური და სხვა რესურსები, უნდა იყოს განაწილებული პროგრამის „ისწავლე საქართველოში“ მიზნებისა და ამოცანების შესაბამისად.

ბიზნეს პროცესების გაწერა მოხდება შემდეგი ქვე-პროცესების შესასაბამისად:

- პროცესის ინდეტიფიცირება;
- პროცესის აღწერა;
- პროცესში ჩართული პირების იდენტიფიცირება;
- პროცესში ჩართული პირების გამოკითხვა:
 - ბიზნეს ამოცანების განსაზღვრა;
 - ბიზნეს რისკების განსაზღვრა;
 - საკვანძო საკითხების განსაზღვრა;
 - წარმატების საზომის განსაზღვრა.
- გაუმჯობესებული ბიზნეს პროცესების მოდელის შექმნა;
- გაუმჯობესებული ბიზნეს პროცესების მოდელის განხილვა და შეთანხმება საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროსთან.

3.4. „ისწავლე საქართველოში“ პროგრამის ბრენდის და ქვებრენდების სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის შემუშავება

როგორც ზევით აღვნიშნეთ, „ისწავლე საქართველოში“ პროგრამის ბრენდისა და ქვებრენდის სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის შემუშავებაზე იმუშავენ საკონსულტაციო კომპანია ედვაიზერსი, რომელიც 2014 წლიდან ძირითადად სპეციალიზირდება მარკეტინგული სტრატეგიების, საკომუნიკაციო პლატფორმებისა და ბრენდინგის სფეროში აერთიანებს ისეთი ადამიანების გუნდს რომლებსაც საერთაშორისო ბრენდებთან მუშაობის მრავალწლიანი გამოცდილება აქვთ.

გუნდის წევრების მიღწევები აღინიშნება ისეთი პროექტებით, როგორებიცაა:

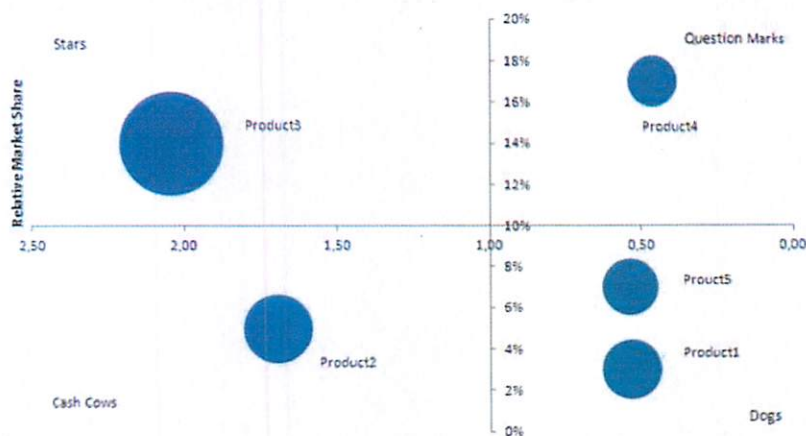
1. ბრენდი Milka N1 ბრენდი უკრაინის და რუსეთის ბაზრებზე
2. ბრენდი Alpen Gold-ი N1 ბრენდი კავკასიის ბაზრებზე

3. სხვა და სხვა ახალი პროდუქტების შექმნა და გაშვება საერთაშორისო ბაზრებზე
4. ბრენდი Camel-ი N1 ბრენდი საქართველოს ბაზარზე
5. Danon-ის ქვე-ბრენდი Activia N1 ყაზახეთის ბაზარზე.
6. ენერგეტიკული სასმელი NR.GE-ის შექმნა და წარმატებული გაშვება საქართველოს ბაზარზე.
7. ლიმონათი ხილიანის რებრენდინგი და გაშვება საქართველოს ბაზარზე.

კომპანიას აქვს ინდივიდუალური მიდგომა და მეთოდოლოგია ყველა პროექტის მიმართ, რაც ითვალისწინებს ადგილობრივი და საერთაშორისო გამოცდილებების გათვალისწინებას, საერთაშორისო კომპანიების მიერ შექმნილი კვლევების გაანალიზებას, ასეთის არსებობის შემთხვევაში, ძირითადი Source-ები <http://www.euromonitor.com/> ; <https://www.ipsos.com/en>. ანალიზის შემდეგ იქმნება ძირითადი მიმართულებების ცხრილი, რომლებიც მიმართულია როგორც ბაზრის(ების) სპეციფიკაზე, ასევე მომხმარებლების სპეციფიკაზე.



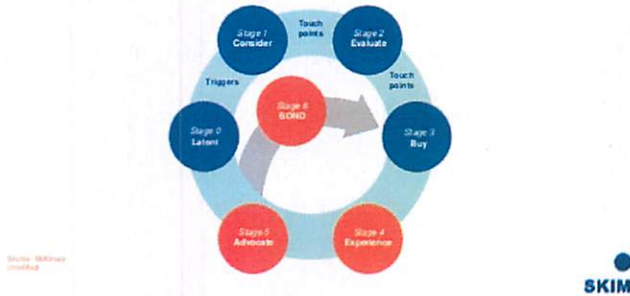
ტარდება ბრენდის ძლიერი და სუსტი მხარეების ანალიზი, იქმნება SWOT კონკურენტებთან და ბიზნეს გარემოსთან შედარებით. იმ შემთხვევაში, თუ კლიენტის, კომპანიის სამუშაო პროდუქტების პორტფელში არის სხვა და სხვა პროდუქტები BCG მატრიცის გამოყენებით დგება ბიზნესის და პროდუქტების პრიორიტეტების შკალა.



მომხმარებლების უფრო მეტად შესაცნობად კომპეტენტური ადამიანებისგან დგება 10-15 კაციანი ფოკუს ჯგუფი რომლებიც გადიან Consumer Journey-ს პროცესს რის საფუძველზეც დგება მომხმარებლებთან ურთიერთობის და შეხების შკალა, იხ. მაგალითები:



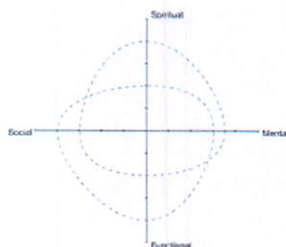
The Consumer Decision Journey Model



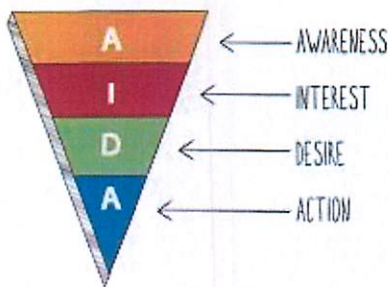
მთლიანი სურათის შესაქმნელად ამ პროცესების გავლის შემდგომ იქმნება 7P-ს მატრიცა, რომელიც ასოცირდება როგორც ბიზნესთან, აგრეთვე კონკრეტულ ბრენდთან, რომელზეც გვიწევს მუშაობა.



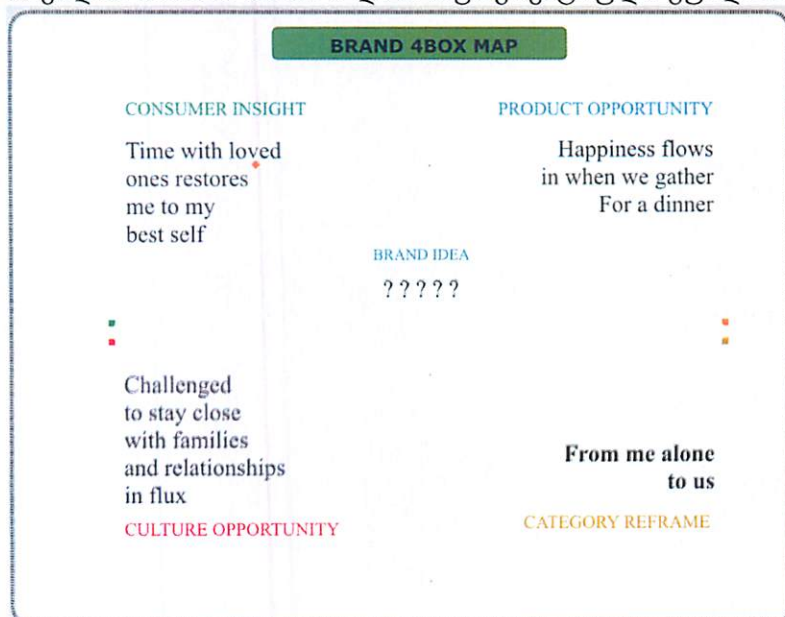
ახალი ბრენდების შექმნისას აქტიურად იყენებენ 4D ბრენდინგის და AIDA-ს პირამიდის ტექნიკებს, რაც საშუალებას იძლევა უფრო ღრმად ამოიხსნას ბრენდის პრობლემები გამოწვევები და ზუსტად ჩამოყალიბდეს ბრენდის ფილოსოფია.



THE AIDA MODEL



აღნიშნული ეტაპების გავლის და კლიენტთან სტრატეგიის შეთანხმების შემდეგ, იქმნება ბრენდის Creative 4BOX-ი და ბრიფი კრეატიული გუნდისთვის. იხ. მაგალითი:



GET... Describe the SVC, drawing upon the Consumer Map/Money Box		TO... Articulate what we want the SVC to do, drawing on The Journey Issue	BY... Articulate the way the brand needs to behave in order to motivate the SVC to action drawing on The Journey Opportunity	
GROWTH What is The Business Objective? - Not revenue? Operating Income? Where will growth come from? - Penetration (e.g. New Consumer Segments, New Distribution Channels etc.) - Frequency (e.g. New Occasions, RPD etc.) - Share of Requirement (e.g. Pricing, Cross Selling, Promotions etc.)		PEOPLE Who is the SVC? - Short description of them as Consumers and Shoppers (especially if the Shopper is not the Consumer) - What is the Consumer Insight? (Drawing on Consumer Map/Money Box) - What is their relationship to media? - Are there any other important audiences (e.g. Influencers, sources of authority) What could we leverage to change their category behavior? - What is standing in the way of growth? (Drawing on The Journey Issue) - What is their cultural POV and how does it affect brand perception and consumption occasions? - What do they care about and share?		
RESULTS What response are we looking for from people? - What might success look like? - What will be the ultimate manifestation of success? - What do we want people to do as a result (Beyond buying the product)? What data sources will prove success? - What data points can be attributed to communications and are worth measuring? - What KPIs can we measure as a proxy to success and optimize in real time?		BRAND What is the role of the brand in people's lives? - What is the Brand Idea of our Brand? - What is the Brand Character? (Four Box) - What cultural "neighborhood" does the Brand live in? (Four Box) - What do we want people to know now? How is the brand different from competitors? - What is the Product Opportunity of our Brand? - Why should people choose to engage in this activity? (Category Reframe Four Box) What existing brand assets can be relevant? - Key brand assets from Four Box, "Talent assets" Existing partnerships? Retail deals? Packaging? Social Following? Data etc.		
ENCOUNTER What is the role for communications? (Leverage the Consumer Journey Tracks for this stage)	EXPLORE What is the role for communications? (Leverage the Consumer Journey Tracks for this stage)	BUY What is the role for communications? (Leverage the Consumer Journey Tracks for this stage)	EXPERIENCE What is the role for communications? (Leverage the Consumer Journey Tracks for this stage)	SHARE What is the role for communications? (Leverage the Consumer Journey Tracks for this stage)
MANDATORIES What are the strategic assets that we should/should not prioritize and why? Social? Search? Display? Packaging? Mobile? Key retail foothold? Key dates? Etc.		RESOURCES What is the budget available? Are there any other resources that we can draw upon? (CRM database, Facebook fans etc.)		

კრეატიული ბრიფის დამუშავების შემდგომ იწყება ბრენდის, საკომუნიკაციო და სტრატეგიული კამპანიების ვიზუალური მხარის შექმნა.

ძირითად შემთხვევებში კლიენტი იღებს ვიზუალური მხარის მინიმუმ 2 ნიმუშს რომლიდანაც ერთობლივად ირჩევა ერთი მიმართულება და მუშავდება ბოლომდე.

აღნიშნული მეთოდოლოგიის გათვალისწინებით, პროექტის ბრენდინგის გუნდი შემუშავებს:

- 1) საკომუნიკაციო არსებსა და საშუალებებს;
- 2) ბრენდის ვიზუალურ მხარეს;
- 3) საკომუნიკაციო მესიჯის/ების მიხედვით სარეკლამო რგოლებისა და სცენარების ვარიანტებს;
- 4) სოციალურ მედიაში ბრენდის დეტალური საკომუნიკაციო სტრატეგიას;
- 5) International Digital Advertising დეტალური საკომუნიკაციო სტრატეგიას;
- 6) ლოკალურ და საერთაშორისო ბეჭდური მედიის დაფარვის სტრატეგიას;
- 7) პროგრამის „ისწავლე საქართველოში“ ფარგლებში საქართველოს საელჩოების 1 წლიანი საკომუნიკაციო და სამოქმედო გეგმას;
- 8) სხვადასხვა გამოფენებზე პროგრამის წარსადგენ გეგმასა და ვიზუალურ მხარეს;
- 9) პროგრამა „ისწავლე საქართველოში“ პროექტის წარმდგენ ღონისძიებას, რომელიც მოიცავს:
 - კონცეფციის შემუშავებას;
 - სამუშაო გუნდის, მე-3 პირებით ან კომპანიებით დაკომპლექტებასთან დაკავშირებული რეკომენდაციების შემუშავებას;
 - ღონისძიების საკომუნიკაციო პლატფორმის შექმნას;
 - 3-კვირიანი სატელევიზიო/სოციალური მედიის თიზერ კამპანიის შექმნას;
 - 1-კვირიანი ძირითადი სატელევიზიო/სოციალური მედიის კამპანიის შექმნას;
 - სკოლებში და უმაღლეს სასწავლებლებში ღონისძიების საკომუნიკაციო გეგმის შექმნა;
- 10) ჟურნალის შექმნას, რომელიც მოიცავს:
 - ჟურნალის სახელსა და კონცეფციას;
 - ძირითადი კონტენტის მიმართულებებსა და რეკომენდაციებს;
 - 1-წლიანი საკომუნიკაციო პლატფორმის გეგმასა და რეკომენდაციებს;
 - ჟურნალის ვიზუალურ მხარეს (ლოგო, სრული ბრენდ ბუქი, ვიზუალი, ელექტრონული ვერსიის სრული ვიზუალი, მობილური ვერსიის ვიზუალი, სოციალური მედია საშუალებების ვიზუალი, digital banner-ების ვიზუალური მხარე და სხვ.)
- 11) საერთაშორისო სტუდენტების და ადგილობრივი მოსახლეობის ინტეგრაციისთვის საჭირო პლატფორმას, რომელიც მოიცავს:
 - პლატფორმის იდეას და განხორციელების სამუშაო გეგმის შემუშავებას, პლატფორმის ვიზუალური მხარის შექმნას; ინტეგრირებული მარკეტინგული საკომუნიკაციო გეგმის შემუშავებას და სხვ.

ზემოთ აღნიშნული მიდგომების გათვალისწინებით, პროექტის გუნდი განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს წარუდგენს შემდეგ საბოლოო პროდუქტებს:

1. საგანმანათლებლო და საცხოვრებელი ხარჯების მიხედვით საქართველოს შესაძლებლობების შეფასება, შესაბამისი შედარებითი ანალიზი და რეკომენდაციები;
2. დასაქმების მხარდაჭერა - უცხოელი სტუდენტებისთვის სტაჟირების შეთავაზების მექანიზმების და მეთოდოლოგიის შექმნა და რეკომენდაციები;
3. საქართველოში არსებული სტუდენტური საცხოვრისების ანალიზი;
4. სტუდენტური საცხოვრისების სტანდარტები;

5. „ისწავლე საქართველოში“ პროგრამის ფარგლებში არსებული პოლიტიკის, ადმინისტრაციული და პროცედურული პრობლემების ანალიზი და რეკომენდაციების გაწევა პროცესების გაუმჯობესების მიზნით;
6. „ისწავლე საქართველოში“ პროგრამის ბრენდის და ქვებრენდების სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის შემუშავება .

შემსყიდველი:



მიმწოდებელი:



ხელწერილი ინტერესთა კონფლიქტის არ არსებობის შესახებ

“სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ” საქართველოს კანონის მე-8 მუხლის მოთხოვნათა გათვალისწინებით, საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროსა და შპს „პოლიტიკის და მართვის კონსალტინგ ჯგუფს“ შორის საკონსულტაციო მომსახურების შესყიდვის მიზნით გასაფორმებელი ხელშეკრულების ფარგლებში მიღება-ჩაბარების და კონტროლის განხორციელების აქტზე ხელმომწერი პირები სრულად ვაკმაყოფილებთ კანონის ამ მოთხოვნას და არ ვიმყოფებით ინტერესთა კონფლიქტში მიმწოდებელთან.

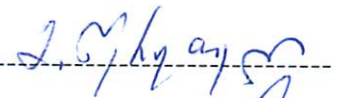
მიღება-ჩაბარების აქტის ხელმოწერაზე უფლებამოსილი პირი:

პროექტის მენეჯერი /სოფიო ჩიტამე/

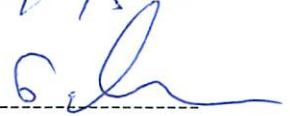


კონტროლის აქტის ხელმოწერაზე უფლებამოსილი პირები:

შრომითი ხელშეკრულებით დასაქმებული პირი /მზია წერეთელი/



საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის უფროსი /ნატო ასათიანი/



1. 03 ----- 2017 წელი